

2015-2020年中国电子商务 市场监测与行业前景调研报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国电子商务市场监测与行业前景调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/943827AOEN.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-03-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

2009—2013年中国电子商务市场交易规模

资料来源：博思数据整理

数据显示，截止到2013年底，中国电子商务市场交易规模达10.2万亿，同比增长29.9%。其中，B2B电子商务市场交易额达8.2万亿元，同比增长31.2%。网络零售市场交易规模达18851亿元，同比增长42.8%。

近年来，政府高度重视电子商务工作，大力支持企业利用电子商务平台开展国际贸易。纷纷建设电子商务示范基地建设，将对电子商务产业发展发挥积极作用。

2013年中国电子商务市场交易规模10.2万亿元，同比增长20%，预计到2019年电子商务市场规模将达31.5万亿元。

2013-2019年中国电子商务市场规模预测分析

资料来源：博思数据整理

博思数据发布的《2015-2020年中国电子商务市场监测与行业前景调研报告》共十四章。首先介绍了中国电子商务行业市场发展环境、中国电子商务整体运行态势等，接着分析了中国电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了中国电子商务市场竞争格局。随后，报告对中国电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电子商务行业发展趋势与投资预测。您若想对电子商务产业有个系统的了解或者想投资电子商务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场监测数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 电子商务相关概念简介1

第一节 电子商务相关介绍1

一、电子商务的概念1

二、电子商务的分类2

三、电子商务的作用5

四、电子商务主要应用系统6

第二节 电子商务的发展8

一、电子商务的五大阶段8

第一阶段

电子邮件阶段。这个阶段可以认为是从70年代开始，平均的通讯量以每年几倍的速度增长。

第二阶段

信息发布阶段。从1995年起，以Web技术为代表的信息发布系统，爆炸式地成长起来，成为Internet的主要应用。中小企业如何把握好从“粗放型”到“精准型”营销时代的电子商务。

第三阶段

EC（Electronic Commerce），即电子商务阶段。EC在美国也才刚刚开始，之所以把EC列为一个划时代的东西，是因为Internet的最终主要商业用途，就是电子商务。同时反过来也可以说，若干年后的商业信息，主要是通过Internet传递。Internet即将成为我们这个商业信息社会的神经系统。1997年底在加拿大温哥华举行的第五次亚太经合组织非正式首脑会议（APEC）上美国总统克林顿提出敦促各国共同促进电子商务发展的议案，其引起了全球首脑的关注，IBM、HP和Sun等国际著名的信息技术厂商已经宣布1998年为电子商务年。

第四阶段

全程电子商务阶段。随着SaaS（Software as a service）软件服务模式的出现，软件纷纷登陆互联网，延长了电子商务链条，形成了当下最新的“全程电子商务”概念模式。

第五阶段

智慧阶段。2011年，互联网信息碎片化以及云计算技术愈发成熟，主动互联网营销模式出现，i-Commerce（individual Commerce）顺势而出，电子商务摆脱传统销售模式生搬上互联网的现状，以主动、互动、用户关怀等多角度与用户进行深层次沟通。其中以IZP科技集团提出的ICE最具有代表性。

二、中国电子商务的发展9

三、电子商务发展的支撑环境10

第二章2014-2015年全球电子商务发展概况12

第一节 世界电子商务发展状况12

一、世界电子商务的发展历程12

二、欧美国家电子商务飞速发展的动因12

三、拉美地区电子商务发展迅猛13

四、2013年欧洲电子商务网站排名14

欧洲电子商务公司Top 10 (国外B2C) 排名 公司名称 1 Amazon 2 Otto Group 3 Tesco Stores 4 Staples Inc 5 PPR SA 6 Home Retail Group 7 3 Suisses 8 CDDiscount.com 9 Neckermann Gruppe 10 Dixons Stores

资料来源：博思数据整理

2013年，欧洲的电子商务交易总额达到4969亿美元（约合3630亿欧元），同比增长19%。

欧洲电子商务协会的数据显示，目前欧洲共有超过5000家网上零售（B2C）企业以及不少于15个全国性的电子商务协会。每年欧洲电子商务业会产生约37亿个包裹，直接或间接创造200万个就业机会。

Wijnand Jongen指出，2013年欧洲4969亿美元的电子商务交易额中的有46%来自服务交易，54%来自实物交易。其中，欧盟28国的电子商务交易总额为4352亿美元，同比增长18%。

具体到西欧各个地区来看，根据欧洲电子商务协会的数据统计：2013年，西欧地区的电子商务交易总额为2432亿美元，相较于2012年同比增长15.6%；中欧地区为1277亿美元，同比增长22.8%；南欧地区为558亿美元，同比增长18.8%；北欧地区为436亿美元，同比增长12.5%；东欧地区为264%，同比增长53%。

从国家分布上来看，在电子商务发展成熟的国家中，2013年交易额排名前三的国家分别是英国（1466.97亿美元）、德国（867.94亿美元）、法国（699.55亿美元）。

这三个国家的电子商务交易额总和占到了欧洲电子商务交易总额的61%。排在第四和第五位的是荷兰（164.28亿美元）和奥地利（150.17亿美元）。

而在电子商务新兴发展的国家中，交易额排名靠前的依次是俄罗斯（212.19亿美元）、西班牙（197.32亿美元）、意大利（154.25亿美元）以及波兰（71.53亿美元）。

从网上零售来看，2013年欧洲网上零售的交易总额为50.36亿美元，同比增长18.68%，但仅占到了零售业总销售额的5.7%。值得关注的是，欧洲网上零售已至少连续五年保持着双位数百分比的增长率。

欧洲网上零售历年交易额及增长率

资料来源：博思数据整理

从移动电子商务上来看，2013年欧洲网上零售的交易额中，仅5.5%的交易额是来自于移动端。移动端交易占比高于欧洲平均值的国家有英国（12.0%）、斯堪的纳维亚半岛（8.0%）、意大利（7.0%）、西班牙（7.0%）、奥地利（6.0%）和荷兰（6.0%）。

欧洲各国B2C交易额移动端占比

资料来源：博思数据整理

Wijnand Jongen向亿邦动力网表示，目前有8.16亿人生活在欧洲，其中网民人数为5.65亿，网购用户为2.64亿、社交媒体用户为4.43亿。欧洲人均年网购金额为1884美元。

欧洲电子商务协会预测2014年欧洲电子商务的交易额将会出现同比15.4%的增长。

五、2015-2020年全球电子商务销售额预测17

六、2015年中国将成全球最大电子商务市场20

第二节 世界电子商务立法21

一、《联合国国际贸易法委员会电子商务示范法》21

二、《联合国国际贸易法委员会电子签字示范法》28

三、《国际海事委员会电子提单规则》32

四、《跟单信用证统一惯例关于电子交单的附则》36

第三节 美国37

一、美国电子商务领域十年成果综述37

二、2013年美国零售业电子商务概况38

三、2014-2015年美国零售业电子商务概况39

四、美国电子商务迅速发展的原因39

五、2016年底美国电子商务销售额预测40

六、2017年美国移动电子商务市场规模预测41

第四节 英国41

一、2014-2015年英国电子商务销售额41

二、英国电子商务的政策体系解析42

三、英国电子商务全球领先43

第五节 其他国家44

一、新加坡政府力促电子商务发展44

二、2013年阿根廷网上交易发展势头迅速47

三、2014-2015年法国电子商务发展趋势48

四、韩国电子商务的发展回顾49

五、日本B2C进入中国开启中日购物新模式50

第三章 中国电子商务行业的政策环境52

第一节 电子商务立法的核心部分52

一、中国电子商务立法总则52

二、数字化信息的法律效力54

三、电子合同的法律效力57

四、网络服务提供者的法律职责60

第二节2014-2015我国电子商务政策解读与预测61

一、2012年多部门支持创建电子商务示范城市61

二、商务部发布《第三方电子商务交易平台服务规范》62

三、2012年商务部推四大电子商务平台71

四、2012年商务部正研究制订《关于网上商业数据的保护办法》72

五、2012年商务部加速电子商务行业“正规化”73

六、2012年《商务部“十二五”电子商务发展指导意见》发布74

七、“十二五”期间政策助力电子商务发展81

第三节 中国电子商务立法研究81

一、中国电子商务立法的思路选择81

二、中国电子商务法律体系的立法原则和核心内容82

三、中国电子商务规范发展面临的法律问题84

四、对中国电子商务的立法建议86

五、改革中国电子商务政策法律环境的策略88

第四节 电子商务行业的具体政策法规94

一、《中华人民共和国电子签名法》94

二、《北京市信息化促进条例》100

三、《上海市数字认证管理办法》107

四、《广东省电子商务交易条例》112

第四章2014-2015年中国电子商务行业发展现状118

第一节 中国电子商务发展综述118

一、中国电子商务的发展阶段118

二、中国电子商务税收政策119

三、电子商务对中国社会发展的影响渐深125

第二节 中国电子商务行业发展现状127

一、2014-2015年中国电子商务行业发展特征与趋势127

二、2014-2015年中国电子商务行业发展分析130

三、2014-2015年电子商务高速增长催热投资潮133

四、2014-2015年淘宝围城事件呼唤电子商务行业规则134

第三节 企业应用电子商务分析135

- 一、电子商务提升企业竞争力135
- 二、国内企业电子商务发展战略137
- 三、传统企业开展电子商务营销之三大主流模式139
- 四、2014-2015年中国行业电子商务网站会员总量规模140
- 第四节 中小企业电子商务的应用142
 - 一、电子商务给中小企业带来的收益142
 - 二、中小企业电子商务服务模式的构建142
 - 三、2014-2015年国内中小企业电子商务应用分析143
- 第五节 电子商务行业的盈利分析149
 - 一、中国电子商务的基本盈利模式149
 - 二、影响电子商务盈利模式成功的因素150
 - 三、2014-2015年电子商务盈利情况分析152
 - 四、2014-2015年电子商务盈利模式呈现多元化发展趋势153
- 第六节 中国电子商务行业存在的问题及策略154
 - 一、中国电子商务行业发展隐忧监测154
 - 二、“十二五”期间制约我国电子商务发展的关键因素157
 - 三、“十二五”期间我国电子商务发展方向与策略158
 - 四、我国发展电子商务的原则与模式选择166
- 第五章 中国电子商务市场趋势预测分析172
 - 第一节 2014-2015年中国电子商务市场概况172
 - 一、2012年电子商务市场发展分析172
 - 二、2013年中国电子商务市场综述178
 - 三、2014年中国电子商务市场发展综述181
 - 四、2015年中国电子商务市场数据监测185
 - 第二节 电子商务市场目标客户群体分析188
 - 一、目标明确客户188
 - 二、目标不是很明确189
 - 三、无目标的游客189
 - 第三节 电子商务市场消费心理分析190
 - 一、电子商务中消费心理的变化趋势和特征190
 - 二、制约电子商务发展的心理因素分析191
 - 三、电子商务中现代企业的应对策略192

第四节 2014-2015年中国网民电子商务行为研究194

- 一、2014-2015年中国网民电子商务行为区域数据分析194
- 二、2014-2015年用户（发生电子商务行为）网络接入商统计分析195
- 三、2014-2015年用户（与电子商务行为相关）使用操作系统统计分析195
- 四、2014-2015年用户发生电子商务行为时段统计分析196
- 五、2014-2015年用户发生电子商务行为使用屏幕色彩统计分析197
- 六、2014-2015年用户发生电子商务行为场所统计分析198
- 七、2014-2015年用户（与电子商务行为相关）浏览器使用情况统计分析199
- 八、2014-2015年用户（与电子商务行为相关）屏幕分辨率统计分析200
- 九、2014-2015年用户（与电子商务行为相关）使用搜索引擎统计分析201
- 十、2014-2015年中国电子商务市场交易规模统计分析201
- 十一、2014-2015年知名电子商务网站前三甲统计分析202
- 十二、2014-2015年电子商务平台合作物流公司排行榜 A203
- 十三、2014-2015年中国电子商务网站用户体验排行榜204

第五节 电子商务市场竞争状况205

- 一、2014-2015年电子商务竞争格局加剧205
- 二、2014-2015年电子商务市场格局205
- 三、2014-2015年沃尔玛在华启动电子商务206
- 四、2014-2015年电子商务发展是国美核心发展战略的重要组成206

第六节 中国主要地区电子商务发展概况207

- 一、浙江省电子商务产业十二五发展规划207
- 二、江苏省电子商务应用率高209
- 三、上海将大力发展电子商务应用产业209
- 四、深圳电子商务进入快速发展期210
- 五、北京有望成为中国电子商务企业聚集地211
- 六、重庆新政扶持电子商务产业提速211

第六章 2014-2015年B2B电子商务模式探讨213

第一节 中国B2B电子商务发展概况213

- 一、B2B电子商务的定义及分类213
- 二、B2B的发展阶段分析214
- 三、2014-2015年中国B2B电子商务发展现状及产业规模215
- 四、中国B2B电子商务投资预测216

| | |
|-------------------------|-----|
| 第二节 国内外B2B电子商务比较 | 217 |
| 一、基础设施 | 217 |
| 二、文化和社会差异 | 218 |
| 三、企业政策 | 220 |
| 第三节 B2B电子商务竞争分析 | 221 |
| 一、B2B行业主要竞争手段分析 | 221 |
| 二、B2B电子商务渠道竞争分析 | 223 |
| 三、中国B2B市场主要企业竞争状况 | 223 |
| 四、“B2B+搜索”竞争新模式探析 | 224 |
| 第四节 B2B电子商务的问题及解决策略 | 225 |
| 一、综合类B2B企业所存在的问题 | 225 |
| 二、B2B电子商务网站优化中存在的问题 | 226 |
| 三、B2B电子商务网站的优化策略 | 228 |
| 四、第三方B2B电子商务平台投资策略 | 230 |
| 第七章 电子商务其他经营模式研究 | 234 |
| 第一节 B2C（企业对消费者） | 234 |
| 一、B2C模式概述 | 234 |
| 二、B2C电子商务模式具体分类 | 235 |
| 三、2013年中国网络零售发展现状及产业规模 | 236 |
| 四、2013年中国B2C市场交易规模 | 237 |
| 五、2013年B2C领域平台竞争情况分析 | 238 |
| 六、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点 | 238 |
| 第二节 C2C（消费者对消费者） | 239 |
| 一、C2C的概念 | 239 |
| 二、2014-2015年中国C2C网络购物市场 | 240 |
| 三、盛大高调进军C2C市场 | 240 |
| 第三节 C2B（消费者对企业） | 241 |
| 一、C2B电子商务模式的概念 | 241 |
| 二、C2B电子商务模式产生的基础 | 241 |
| 三、C2B电子商务模式的应用 | 241 |
| 四、C2B延伸内涵逐渐在中国兴起 | 243 |
| 五、电子商务C2B营销新模式发展探析 | 244 |

- 六、C2B电子商务模式发展展望245
- 七、未来3-5年中国C2B将是电子商务引爆点246
- 第四节 网络团购246
 - 一、网络团购市场行业特征246
 - 二、网络团购企业规模247
 - 三、网络团购企业市场占有率249
- 第八章 移动电子商务发展分析251
- 第一节 移动电子商务概述251
 - 一、移动电子商务的含义及服务内容251
 - 二、移动电子商务的优点251
 - 三、移动电子商务的应用252
 - 四、移动电子商务主要技术分析253
- 第二节 利用移动技术实施直面客户电子商务模式255
 - 一、实施直面客户模式的基础分析255
 - 二、移动技术对直面客户模式产生的影响解析256
 - 三、企业选择直面客户移动电子商务模式的策略259
- 第三节 中国移动电子商务市场发展分析260
 - 一、移动电子商务市场行业特征260
 - 二、B2B移动电子商务市场交易规模260
 - 三、B2B类移动电子商务企业市场占有率262
 - 四、2013年我国手机电子商务市场规模262
 - 五、2014-2015年移动电子商务市场行业特征263
 - 六、移动电子商务潜力巨大迎来投资热潮265
- 第四节 中国主要地区移动电子商务发展状况265
 - 一、2014-2015年湖南移动电子商务发展状况265
 - 二、成都力争移动电子商务产业高地266
 - 三、香格里拉旅游移动电子商务项目在迪庆启动270
- 第五节 中国移动电子商务发展中存在的问题及解决策略271
 - 一、中国移动电子商务亟需解决的主要问题271
 - 二、中国移动电子商务市场经营中的问题及对策272
 - 三、创新移动电子商务模式投资策略探析275
 - 四、移动电子商务的几个营销策略280

- 五、中国移动电子商务发展建议281
- 第六节 移动电子商务的市场前景及发展趋势286
 - 一、中国移动电子商务市场化前景广阔286
 - 二、移动电子商务发展趋势288
- 第九章 电子商务对企业的影响289
 - 第一节 电子商务对会计的影响289
 - 一、电子商务对会计的影响分析289
 - 二、电子商务浪潮中的会计革命291
 - 三、电子商务环境中会计明细信息的变化295
 - 四、电子商社环境下会计模式的变化297
 - 第二节 电子商务对企业成本的影响300
 - 一、企业应用电子商务所需要的各项成本透析300
 - 二、电子商务在企业成本节约中的作用305
 - 三、电子商务环境下的战略成本管理307
 - 第三节 电子商务对企业现金管理的影响313
 - 一、企业现金构成项目的变化313
 - 二、对企业最佳现金持有量确定的影响313
 - 三、使企业现金收支管理策略改变314
 - 四、优化企业短期融投资315
 - 五、实施零现金余额管理316
 - 六、从整体上提高现金流转效率316
- 第十章 电子商务在不同行业的应用317
 - 第一节 农业电子商务317
 - 一、农业电子商务模式概述317
 - 二、农业电子商务主要运行模式分析318
 - 三、中国农业电子商务的应用与发展分析321
 - 四、农业电子商务期待建立第三方平台322
 - 五、我国农业电子商务平台的构建方案研究323
 - 六、中国农业电子商务发展潜力巨大325
 - 第二节 零售业电子商务326
 - 一、电子商务给零售业带来的影响326
 - 二、2012年电子商务时代的零售连锁企业发展分析328

- 三、电子商务提高零售行业核心竞争水平331
- 四、国内零售业加快布局电子商务领域步伐332
- 五、传统服装企业纷纷涌入电子商务外包热潮334
- 六、中国零售业电子商务发展中存在的问题334
- 七、我国零售业发展电子商务的新思路336
- 八、零售业电子商务投资预测良好337
- 第三节 医药电子商务338
 - 一、2014-2015年中国医药行业电子商务应用状况338
 - 二、中医中药企业纷纷试水互联网电子商务339
 - 三、众商潜入“蓝海”医药电子商务蓄势待发340
 - 四、电子商务与医药物流整合分销成趋势342
 - 五、中国医药电子商务趋势预测分析344
- 第四节 汽车零部件业电子商务348
 - 一、电子商务给汽车零部件业发展带来的好处348
 - 二、国际汽车零部件业电子商务发展分析349
 - 三、中国汽车零部件电子商务应用状况350
 - 四、汽车零部件市场借助电子商务寻求发展350
 - 五、我国汽车零部件企业发展电子商务的建议351
- 第五节 旅游业的电子商务353
 - 一、旅游电子商务概念及特性353
 - 二、旅游业开展电子商务的优势354
 - 三、2014-2015年我国旅游业电子商务的现状356
 - 四、电子商务在旅游业中的作用357
 - 五、我国旅游电子商务的发展面临的主要问题357
 - 六、发展我国旅游业电子商务的对策358
- 第六节 物流业电子商务360
 - 一、电子商务物流概述360
 - 二、2014-2015年我国电子商务物流业发展现状360
 - 三、我国电子商务物流业发展中存在的问题361
 - 四、2014-2015年电子商务升级物流战略361
 - 五、我国电子商务物流业的发展对策362
 - 六、电子商务物流业的发展趋势365

第十一章 电子商务安全及诚信体系367

第一节 电子商务安全概述367

- 一、电子商务应具备的安全要素367
- 二、电子商务安全协议分析与比较371
- 三、电子商务安全保障存在的问题374
- 四、保障电子商务安全的措施375
- 五、电子商务安全解决方案的探讨378

第二节 电子商务网络信息安全383

- 一、电子商务主要信息安全技术383
- 二、电子商务数字认证及授权机构386
- 三、电子商务信息安全协议387
- 四、电子商务中的信息安全对策389

第三节 企业电子商务网站的安全392

- 一、维护电子商务网站的安全对企业的重要意义392
- 二、电子商务网站的系统安全控制393
- 三、电子商务网站的数据安全控制395
- 四、电子商务网络交易平台的安全控制396

第四节 移动电子商务安全398

- 一、移动电子商务信息系统安全概述398
- 二、移动电子商务安全支付方案401
- 三、移动电子商务信息系统安全的趋势405
- 四、移动电子商务中的安全隐患407
- 五、移动电子商务安全技术解决方案408

第五节 电子商务的诚信体系410

- 一、电子商务信用的建设的重要性410
- 二、中国四种电子商务信用模式412
- 三、我国电子商务信用中存在的问题413
- 四、加强中国电子商务信用建设的措施415

第十二章 网上支付市场分析419

第一节 中国网上支付发展概述419

- 一、网上支付发展历史419
- 二、网上支付系统的结构420

- 三、实现网上支付的必要条件422
- 四、网上支付系统典型流程424
- 第二节 2014-2015年中国网上支付用户行为研究427
 - 一、中国网上支付用户属性分析427
 - 二、中国网上支付用户支付需求分析430
 - 三、中国网上支付用户支付特征分析434
 - 四、中国网上支付用户行为分析434
 - 五、中国网上支付用户对第三方支付平台的偏好分析435
- 第三节 中国网络购物市场网上支付分析436
 - 一、2014-2015年中国第三方支付发展现状及产业规模436
 - 二、2014-2015年中国网络购物市场交易规模436
 - 三、2014-2015年中国支付行业网上支付业务交易规模438
 - 四、2014-2015年中国网络购物用户规模439
- 第四节 中国航空客票市场网上支付分析440
 - 一、电子客票网上支付颠覆机票代理模式440
 - 二、电子客票的网上支付存在的隐患442
 - 三、网上支付漏洞成电子机票普及障碍445
- 第五节 中国网上银行分析446
 - 一、中国网上银行产业链结构446
 - 二、中国网上银行的发展阶段447
 - 三、中国网上银行的特点449
 - 四、2014-2015年中国网上银行市场交易额452
 - 五、中国网上银行存在的问题及投资策略453
- 第十三章 电子商务重点企业探究456
 - 第一节 环球资源 (GSOL) 456
 - 一、公司简介456
 - 二、2014-2015年环球资源经营状况456
 - 三、2011年环球资源经营状况459
 - 四、2012年环球资源经营状况461
 - 五、2013年环球资源经营状况463
 - 六、2014年环球资源经营状况465
 - 第二节 亚马逊公司 (AMZN) 468

- 一、公司简介468
- 二、2010年亚马逊公司经营状况分析468
- 三、2011年亚马逊公司经营状况分析470
- 四、2012年亚马逊公司经营状况分析473
- 五、2013年亚马逊公司经营状况分析475
- 六、2014年亚马逊公司经营状况分析477
- 第三节 阿里巴巴（BABA）479
 - 一、公司简介479
 - 三、2011年阿里巴巴经营状况分析480
 - 四、2012年阿里巴巴经营状况分析482
 - 五、2013年阿里巴巴经营状况分析485
 - 六、2014年阿里巴巴经营状况分析487
- 第四节 焦点科技股份有限公司（002315）489
 - 一、公司简介489
 - 二、2011年焦点科技经营状况分析490
 - 三、2012年焦点科技经营状况分析496
 - 四、2013年焦点科技经营状况分析502
 - 五、2014年焦点科技经营状况分析508
- 第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司（002095）512
 - 一、公司简介512
 - 二、2010年生意宝经营状况分析512
 - 三、2011年生意宝经营状况分析517
 - 四、2012年生意宝经营状况分析522
 - 五、2013年生意宝经营状况分析527
 - 六、2014年生意宝经营状况分析532
- 第六节 慧聪国际（08292）536
 - 一、公司简介536
 - 二、2010年慧聪网络经营状况分析536
 - 三、2011年慧聪网络经营状况分析538
 - 四、2012年慧聪网络经营状况分析540
 - 五、2013年慧聪网络经营状况分析542
 - 六、2014年慧聪网络经营状况分析543

第七节 淘宝网545

一、公司简介545

二、淘宝网的产品与服务546

三、2014-2015年淘宝网运营情况547

四、阿里巴巴向淘宝商城追加18亿投资547

五、2015年淘宝交易额预测548

六、2016年淘宝商城交易额预计549

第八节 EBAY易趣550

一、公司简介550

二、2012年EBAY经营状况551

三、2013年EBAY经营状况551

四、2014年EBAY经营状况552

第十四章 2015-2020年中国电子商务“十二五”规划及发展趋势554

第一节 “十二五”中国电子商务发展规划554

一、我国电子商务发展现状554

二、我国电子商务发展中存在的主要问题556

三、指导思想和主要目标556

四、工作任务557

五、重点工程558

六、保障措施563

第二节 2015-2020年中国电子商务发展趋势566

一、2015-2020年中国电子商务市场趋势分析566

二、2015-2020年中国电子商务规模预测567

三、2015年电子商务进入规模扩张阶段567

四、2015-2020年开拓海外电子商务市场策略569

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

更多图表。。。。。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/943827AOEN.html>